广播电视在新媒体语境下如何实现战略调整与转型

摘　要：随着我国经济水平的不断发展，我国多媒体技术也得以不断完善和成熟。新媒体技术的应用和发展给传统信息传播形式带来了一定程度的冲击，同样带来了更加广阔的开拓空间，作为重要的信息传播形式，广播电视行业要想在新媒体语境下寻求发展出路，就必须要实现战略上的调整与转型。

关键词：广播电视；新媒体语境；战略转型

中图分类号：G220　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）09-097-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.09.034

文／张　莹

前言

随着现代化进程的日益加快，我国正逐渐步入新媒体时代，互联网信息传播技术已然渗入了人们工作生产的各个领域，生活娱乐的方方面面，改变了人们的生活方式以及思维方式。新媒体技术的不断发展使得传统的信息传播方式受到了一定程度的冲击与挑战，但不可否认的是也同样带来了无限宽广的开拓空间。在新媒体语境下，传统的信息传播方式已经不能符合人们的时代要求，因此，战略转型成为其必然的发展出路。作为至关重要的传统传播方式，广播电视行业要想迎难而上，创造更高的收视率与经济效益，就要加速创新与调整，实现战略上的转型与突破，满足人们不断增长的需求心态。

1. 新媒体语境下广播电视行业的发展前景

“网络技术的不断完善与成熟，信息技术的进一步发展，极大地推动了媒体行业的发展，广播电视在发展中可以充分利用这一资源优势”[1]，不断拓宽自身的发展前景。

1.1 传播形式多样化

新媒体语境下，广播电视行业可以冲破固有的传播形式的束缚，实现传播形式的多样化与丰富化，不断拓宽传播渠道。比如，随着互联网技术的广泛应用，人们不必再拘泥于广播电视原有的节目，而是可以利用网络信息技术对广播电视进行选择，这样有利于人们更好地满足自身的需求。另一方面，传统的广播电视受地点限制，人们在交通途中无法利用广播电视获取信息资源，然而，新媒体语境下发展出的车载技术却进一步丰富了广播电视的传播渠道。这样一来，人们便可以借助火车、客车等交通工具上安装的广播电视获取信息，既能够解除其长途跋涉的烦闷劳累，又能促进广播电视领域发展的多元化。

1.2 优化广播电视的传播质量

“21 世纪以来，在传播领域最流行的词应当是‘新媒体’，从传媒历史上看，每一次新媒介的诞生都意味着旧媒介的转型，当广播电视诞生时，报纸媒介向深度报道开掘，当互联网诞生时，数字媒介技术的发展又推动广播电视向视听新媒体拓展。”[2] 在信息技术不断发展的时代背景下，广播电视的图像画面较之以往有了更进一步的提高。色彩更加丰富，像素更高，更具辨识度。人们看到的画面更加亮丽、鲜明，人物影像和字幕也更清晰。不仅如此，音质效果也比之前更加流畅动听，实现了良好的降噪效果。新媒体技术在改善了传统广播电视地点限制问题的同时，又从质量方面对其进行了完善和弥补。

1.3 信息内容丰富化

传统的传播形式下，人们对广播电视所传递出的信息内容没有太多的选择余地，单一的发展模式越来越难以迎合人们随着社会发展而日渐增多的需求，而激烈的行业竞争也驱使着广播电视要不断丰富自身的信息内容。因此，在新媒体形式的介入下，广播电视应致力于丰富和完善传播信息内容，使其具有更加全面的节目内容和形式，继而提供给人们更多选择的空间。

2. 新媒体时代广播电视发展转型的问题

新媒体时代背景下，广播电视有了转型的方向与广阔的发展前景，然而，在实际转型的过程中，仍然存在许多亟待解决的问题，只有认识到这些问题并加以改善，才能加快转型的步伐，更适应时代发展的节奏。

2.1 广播电视节目缺乏创新

“随着基于互联网平台的各类新型媒体的强势崛起，曾经长期占据大众媒体领头羊地位的广播电视媒体，目前正在遭遇前所未有的生存发展危机，但是，值得注意的是，新媒体的发展在大幅挤压电视媒体生存空间的同时，也提供了新的发展契机。”[3] 这意味着广播电视要厘清关系，实施新的竞争策略。新媒体语境给广播电视的发展带来压力，也促进了信息内容丰富化，但是尽管广播电视不断丰富和完善信息内容，也依然存在低俗、抄袭、过分模仿的问题，在竞争激烈的行业形势下，一旦哪个节目收视率较高，就会成为争相效仿、抄袭的对象，缺少创新性，且太过秉承娱乐至上的理

念，只会制造噱头、卖点来吸引大众眼球，不仅没有深化节目的思想内涵，也给社会风气带来极其严重的负面影响。

2.2 缺乏广播电视领域的精英人才

新媒体技术的不断发展与应用势必对精英人才提出更多、更高的需求，然而，当前的人才力量难以应付行业间激烈的人才竞争。因此，精英人才的缺乏成为限制广播电视行业持续发展的根本原因，很多广播电视行业的人才都缺少专门且系统的培训，属于跨部门、跨行业转型而成，这就导致很多人才不熟悉自己部门的工作，严重制约了节目内容及形式的创新，制约了市场扩展。

3. 新媒体语境下广播电视实现战略转型的具体策略

3.1 实现理念与制度上的创新

“事业属性的中国媒体长期以来实施的管理模式已经很难适应媒介融合环境下的市场竞争势态”[4]，只有实行制度改革调整，转变以往的市场竞争策略，才能促进结构变革，使其适应媒体市场化、产业化的发展轨迹。制度上的创新不仅应该体现在管理模式上，更应该体现在政策理念上，理念的创新能够让工作人员对新媒体技术与广播电视行业之间的关系有一个正确、清晰的认识，只有这样，才能从根本上认识到当前的发展形势与发展方向，继而将新媒体技术与广播电视进行优化和融合，既能够提高广播电视的收视率，又能促进广播电视与新媒体技术的融合、合作。

3.2 实现人才战略上的创新

媒介技术的发展一方面能够促进广播电视行业的优化升级，一方面又刺激了行业间的竞争日渐加剧，在这种情况下，人才的培养与应用是促进行业发展的最有效措施。要实现人才战略上的创新发展，首先，就要健全和完善人才培养体系，只有实施长期性的培养策略才能实现人才培养目标。在此之前，行业应首先对人才的需求有着明确、清晰的认识，继而有针对性地培养方向型人才和全能型人才，从全局出发，让精英人才能够切实与自身工作需求相结合，满足长远的发展需求。其次，应进一步完善和实施人才激励机制，只有充分地调动工作人员的工作积极性，才能将其能力发挥至最大化，为此，应从物质激励和精神激励两方面出发，提高人才待遇，继而增强人才对工作性质的认同感和对工作岗位的归属感。

3.3 实现节目内容上的创新

广播电视行业不能一味为了赚取眼球和收视率而进行抄袭或一味模仿，更不能打擦边球，用低俗内容做卖点。没有了思想深度的节目内容无论采取什么形式、渠道都不会真正意义上促进广播电视行业健康发展。因此，广播电视行业要将传播积极、绿色、公平的大众文化作为己身责任，力求在节目内容上实现创新，坚决抵制低俗化的节目形式和内容，形成独具特色的，能够释放正能量的产业文化。另一方面，要想让节目内容富有创新意识，就要不拘一格，呈现多元。将独特的地域文化与节目内容两相结合，强调风格的个性化与差异化。只有做到与时俱进、因地制宜，才能保障广播电视节目在实现经济效益理想化的同时推动文化的发展与进步。

3.4 实现视听关系的创新

互联网技术的兴起，让广播电视行业与观众的视听关系发生了改变，在传统形势下，观众只能通过观看电视节目被动接受新闻信息，然而，当新媒体形式与广播电视行业实现了传播融合后，观众和广播电视行业实现了施予与接受的双向转换，观众既是受众，又能够主动地传递信息内容，这样，观众的意愿和思想能够更好地被广播电视行业所接受与理解，继而进一步促进广播电视行业的发展与转型。

4. 结论

“随着社会主义市场经济的完善与现代科学技术的普及，媒体行业迎来了发展与进步的黄金时期，借助现代网络技术发展起来的新媒体日渐成熟”[5]，既给传统媒体带来了巨大的冲击与挑战，也带来了无限机遇与前景。在新媒体环境下，广播电视不能抱残守缺，不知变通，只有结合新媒体技术的实际发展情况，积极进行战略上的调整与转型，实现节目内容、节目形式、人才战略、制度理念等方面的改革创新，才能在不断向前涌动的时代洪流中保持自己传媒领导者的地位，起到引领大众文化的重要作用，为国家今后的经济发展与社会建设奠定坚实稳固的基础。媒

参考文献

[1] 赵亚静 . 大数据和媒介融合环境下广播电视大学向开放大学战略转型研究 [J]. 北京印刷学院，2015，34（67）：110-112.
[2] 姚洪磊，石长顺 . 新媒体语境下广播电视的战略转型 [J]. 国际新闻界，2013（02）.
[3] 马莉英 . 新媒体语境下电视媒体的困境与机遇 [J]. 今传媒，2014（11）：51-52.
[4] 张思敏 . 新媒体语境下广播电视的战略转型 [J]. 神州，2014（09）.
[5] 孙亚飞，冀丽 . 新媒体语境下如何进行广播电视的战略转型及监管 [J]. 经济管理，2013（06）：161，165.

（作者单位：烟台广播电视台）